

ТИПОЛОГИЯ СТАТУСНЫХ ПРАКТИК В ПОВЕДЕНИИ ТУРИСТОВ

Смещение акцентов в современном обществе с собственно уровня дохода как основного социально структурирующего фактора к дифференциации по способу и формам его реализации в сфере свободного времени требует особого внимания к дифференцирующей функции, поскольку ее роль состоит не только в разделении социума на уровни социальной иерархии, но и в формировании механизмов социальной идентичности.

В этой связи приобретает большое значение система индикаторов, демонстрирующая статусное поведение туристов. В данную систему включаются как внешние, так и внутренние параметры. При этом внешние параметры – наиболее объективны, и имеют больший вес для социального окружения в процессе идентификации статуса туриста, в отличие от внутренних. Итак, к внешним индикаторам статусного поведения относятся: частота зарубежных туристических поездок, географическое направление (конкретные страны и места дестинации), класс отеля, разнообразие приобретаемых дополнительных услуг и товаров в туристической зоне (дайвинг, теннис, спа-процедуры и др., сумма потраченных средств на досуговую и развлекательную деятельность, а также на различные покупки, как для личного пользования, так и в качестве сувениров и подарков для друзей, коллег), стоимость тура.

К внутренним индикаторам относятся описания, данные туристами: оценка качества обслуживания, степень удовлетворенности от поездки, структура трат. Дифференцирующая функция в туризме, как ни в каком другом объекте потребления, зависит от интерпретации и репрезентации тура самим потребителем. Специфические характеристики основаны на природе услуги или комплекса услуг в туризме (а не товара, который можно

продемонстрировать). Исходя из того, что любая услуга имеет четыре основные черты: неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость качества, неспособность к сохранению, – возникает возможность для создания иллюзорного образа, мнимого статуса. В этом случае невозможно проверить, проконтролировать соответствие реального содержания и характера туристической поездки и воображаемого, – описываемого туристом.

Таблица 1

Модель статусного поведения

Отношение к статусу / Наличие ресурсов	<i>Гордится статусом</i>	<i>Тяготится статусом</i>
<i>Наличие реальных ресурсов для поддержания демонстрируемого статуса</i>	Адекватное (нормативное) поведение	Аномийное поведение
<i>Отсутствие реальных ресурсов для поддержания демонстрируемого статуса</i>	Мнимое (игровое) поведение	Изоляционное (асоциальное) поведение

Обратимся к более подробным характеристикам каждого из видов статусного поведения

Адекватное поведение (формалисты) в проявлении статуса характеризуется тем, что, с одной стороны, индивид обладает ресурсами для проявления данного статуса, с другой – он гордится занимаемым статусом. В этой связи возможны две формы адекватного поведения: демонстративное и недемонстративное поведение. В первом случае, индивид подчеркивает принадлежность к данному статусу соответствующими способами, исходя из ресурсов. Происходит постоянный процесс ориентации на других: как в

отношении равных – лиц того же статуса, так и других статусных групп (выше/ниже). Именно данной группе людей свойственно следовать модным течениям, распространенным в соответствующей статусной группе.

Во втором случае, наличие ресурсов и статус рассматриваются как привычный образ жизни, повседневная совокупность поведенческих практик, без желания демонстрации кому-либо своего статуса.

Мнимое поведение (игроки) связано с желанием на определенный период времени испытать гордость за проявляемый статус. Данное стремление реализуется в игровой форме, когда человек, не имея достаточных ресурсов для поддержания более высокого статуса, может временно приобрести желаемый статус в социальном окружении, не обладающем полной информацией о реальном положении индивида в обществе. Этот тип поведения связан с желанием демонстрировать заявляемый статус, одновременно, утаивая истинное положение вещей.

Аномийное поведение (скряги/претенденты). Данная группа проявляет себя в таких формах туристского потребления, в которых статусные позиции подтверждаются наличными ресурсами, но человек испытывает при этом чувство унижения. Например, он ездит отдыхать в те туристические зоны, где принято отдыхать его статусной группе, частота этих поездок совпадает с групповыми нормами, но индивид испытывает при этом чувство неудовлетворенности. Подобное положение дел имеет место, когда человек претендует на другой, более высокий статус. Этот тип поведения характерен для лиц, находящихся на границе статусных позиций. В этом случае у них имеется большой потенциал для пребывания в более высокой статусной группе, но он по разным причинам не может быть реализован. Следует учитывать, что претенденты готовы преувеличить значение/ценность имеющихся ресурсов.

Асоциальное поведение / Изоляционное поведение (изолянты). Данный тип статусного поведения предполагает, что индивид, не обладает реальными ресурсами демонстрируемого статуса и испытывает от этого

унижение. Следовательно, старается уменьшить возможность создания ситуаций для демонстрации статуса, что выражается в полном отказе от туризма. Одной из форм такой изоляции является попытка отстранения от системы, предполагающей деление на статусы. Другим примером может выступать бродяжничество.

В то же время в туризме это может выражаться в желании путешествовать автостопом, когда реальный статус человека невозможно определить, а также с превращением туризма в элемент миграции.

Таблица 2

Статусное поведение современных туристов
(% от опрошенных в группе)

Поведение/Группа		Низкодоходная группа		Среднедоходная группа		Высокодоходная группа	
Адекватное	демонстративное	65	60	45	35	100%	40
	недемонстративное		5		10		60
Мнимое		15		40		0	
Аномийное		15		15		0	
Изоляционное		5		0		0	
Итого		100		100		100	

Усредненные результаты опроса показали, что большинству опрошенных туристов (70%) в поездке присуще адекватное статусное поведение, но при анализе корреляции статусного поведения с уровнем дохода респондентов выявились существенные поведенческие различия в разных по уровню дохода социальных группах екатеринбуржцев (см. табл. 2).

Как следует из данных таблицы, адекватное статусное поведение в большей степени присуще, прежде всего, двум группам опрошенных: 100% участников опроса среди высокодоходной группы и двум третям (65%) респондентов среди низкодоходной. При этом в этих группах склонность к демонстративному статусному поведению чаще прослеживается у

представителей низкодоходной группы (60% против 40%). Мнимое статусное поведение в большей степени проявляется в среднедоходной группе респондентов (45% – адекватное и 55% – мнимое и аномийное) и в меньшей – в низкодоходной (мнимое и аномийное – 30%). По данным опроса последние виды статусного поведения практически не встречаются в высокодоходной группе участников опроса.

Завершая анализ, необходимо отметить, что в условиях современного общества, где первостепенным показателем статуса становится характер использования финансового ресурса – уровень потребительской активности, возникает противоречие между возрастающей ролью демонстрации потребительской активности и наличием реальных ресурсов поддержания определенного уровня потребительской активности. ТИ туризм как публичный акт потребительской активности позволяет выявить противоречия в уровне согласованности/рассогласованности статусных позиций и реального поведения горожан.

Одяков С.В.,

г. Челябинск

РЕОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ДИНАМИКИ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Переход на рыночные рельсы привел к возникновению качественно новой ситуации, когда прежние административно-плановые методы управления как на уровне предприятия, так и в региональном разрезе перестали действовать, тогда как рыночные механизмы управления еще не заработали в полной мере. Это привело к тому, что возникла несбалансированность в развитии, как на отдельных предприятиях, так и особенно между предприятиями и отраслями.

Как отмечает А.Н. Клепач, от кризисного падения производства в 1990-е гг. пострадали в наибольшей степени именно отрасли, ориентированные на конечный спрос и отличающиеся более высоким уровнем обработки. Причина этого не только в макроэкономических